



# COSMETIC TREND: INDUSTRY, MARKET, CONSUMERS, AND FUTURE HABITS AND BEHAVIOUR. FOCUS ON TEENAGER

## Moderator:



**Gian Andrea POSITANO**

*Cosmetica Italia*

## Speakers:



**Giacomo FUSINA**

*Founder Human Highway*



**Maurizio TUCCI**

*President Laboratorio Adolescenza*

---

STRATEGIC PARTNER

# BEAUTY TREND WATCH

## SELECTIVE PERFUMERY: CONSUMER BEHAVIOUR



**Gian Andrea POSITANO**

*Cosmetica Italia*

Gian Andrea Positano è stato Direttore Generale del sistema di Confindustria per più di 30 anni, oltre a lavorare come economista e docente universitario. Dopo aver ricoperto posizioni nel marketing e nella pianificazione in diverse multinazionali, è giunto in Confindustria con un bagaglio di esperienza nei settori di beni strumentali, primari e di consumo. Attualmente lavora per Cosmetica Italia, dove è a capo del Dipartimento di Statistiche e Business Culture, consulente per gruppi legati ai settori di profumeria e hairdressing professionale e Segretario Generale della Camera Italiana dell'Acconciatura



# COSMETIC TREND: INDUSTRY, MARKET, CONSUMERS, AND FUTURE HABITS AND BEHAVIOUR. FOCUS ON TEENAGER



**Gian Andrea  
POSITANO**  
*Cosmetica Italia*

---

STRATEGIC PARTNER

---

# IL MERCATO COSMETICO

	Mercato Italia	Esportazioni
2015	<b>+1,4%</b> (9.847 mio/€)	<b>+14,2%</b> (3.810 mio/€)
2016	<b>+0,5%</b> (9.890 mio/€)	<b>+12,3%</b> (4.275 mio/€)



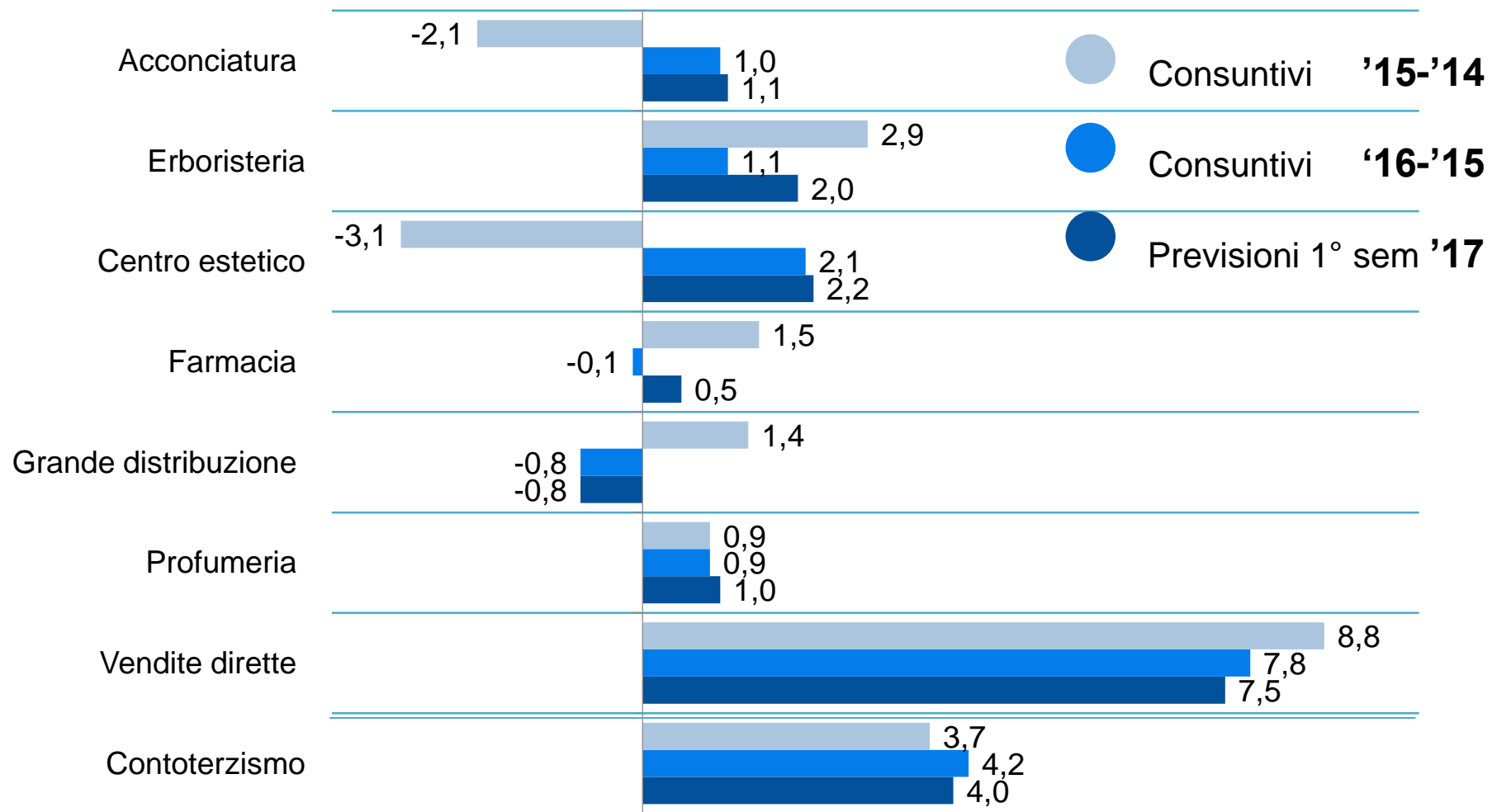


# EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 15/14	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	PROIEZIONE % 17/16
<b>Fatturato Mercato Italia</b>	<b>6.164</b>	<b>1,5</b>	<b>6.209</b>	<b>0,7</b>	<b>1,3</b>
Canali tradizionali	5.504	1,8	5.540	0,7	1,3
Canali professionali	661	-2,4	669	1,3	1,5
<b>Esportazioni</b>	<b>3.807</b>	<b>14,3</b>	<b>4.275</b>	<b>12,3</b>	<b>8,0</b>
<b>Fatturato globale settore cosmetico</b>	<b>9.971</b>	<b>6,0</b>	<b>10.484</b>	<b>5,1</b>	<b>4,0</b>

Valori in milioni di euro

# VARIAZIONI DEL MERCATO ITALIA



Variazioni % rispetto al periodo precedente di riferimento

# LA CONGIUNTURALE DELLA FILIERA COSMETICA





# IL FATTURATO DELLA FILIERA COSMETICA

	INDUSTRIA	MATERIE PRIME	MACCHINARI	IMBALLAGGI	TOTALE
<b>Fatturato 2015</b>	<b>9.971</b>	<b>895</b>	<b>300</b>	<b>3.140</b>	<b>14.306</b>
(var.% '15/'14)	6,0	3,0	2,0	5,0	5,5
<b>Fatturato 2016</b>	<b>10.484</b>	<b>945</b>	<b>306</b>	<b>3.300</b>	<b>15.035</b>
(var.% '16/'15)	5,1	5,6	2,0	5,0	5,1
Proiezione % '17/'16	5,0	5,0	2,5	4,0	4,5
<b>Export 2016</b>	<b>4.275</b>	<b>315</b>	<b>225</b>	<b>1.650</b>	<b>6.465</b>
(var.% '16/'15)	12,3	3,2	-0,2	10,0	10,7
<b>Export/fatturato 2016</b>	<b>41%</b>	<b>34%</b>	<b>73%</b>	<b>50%</b>	<b>43%</b>

# INTERSCAMBIO COSMETICO

Proiezione su trend gennaio-novembre



**Export 4.275**

(+12,3 var.% '16/'15)



**Import 1.960**

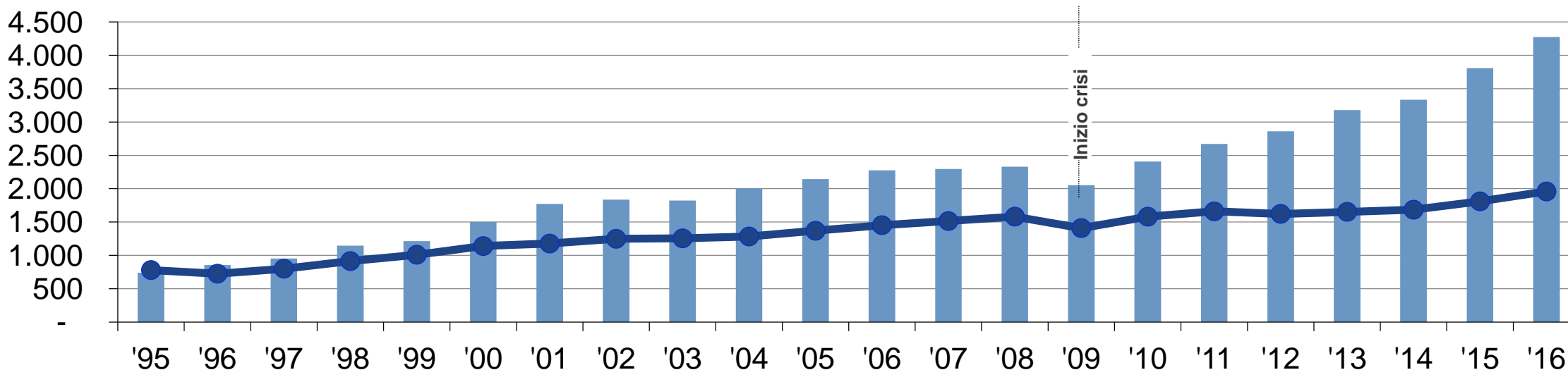
(+8,2 var.% '16/'15)

**2.315**



**saldo commerciale 2016**

(2.000 mio/€ nel 2015)



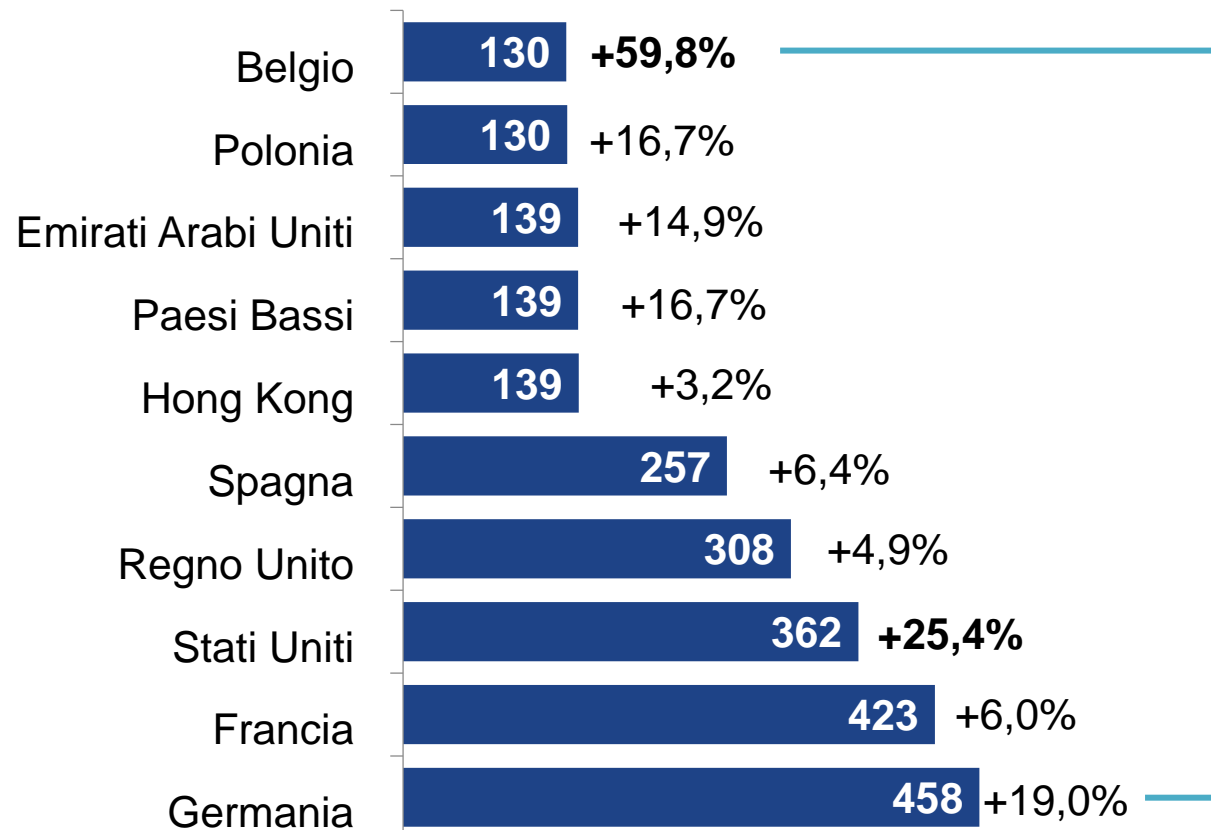
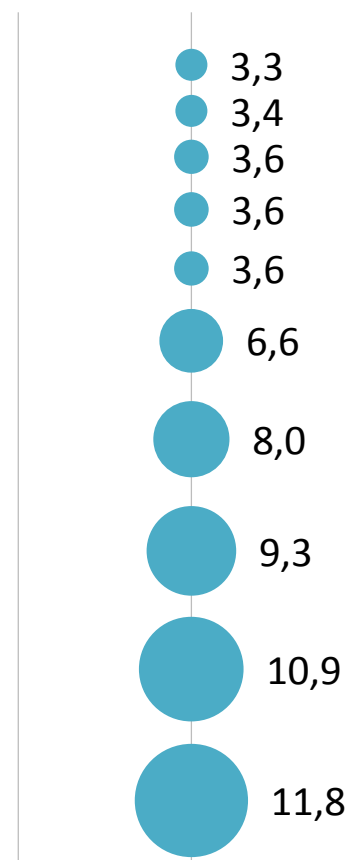
Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi con proiezione di chiusura applicando trend gennaio-novembre su dati  Istat

# EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2016

## Valori gennaio-novembre

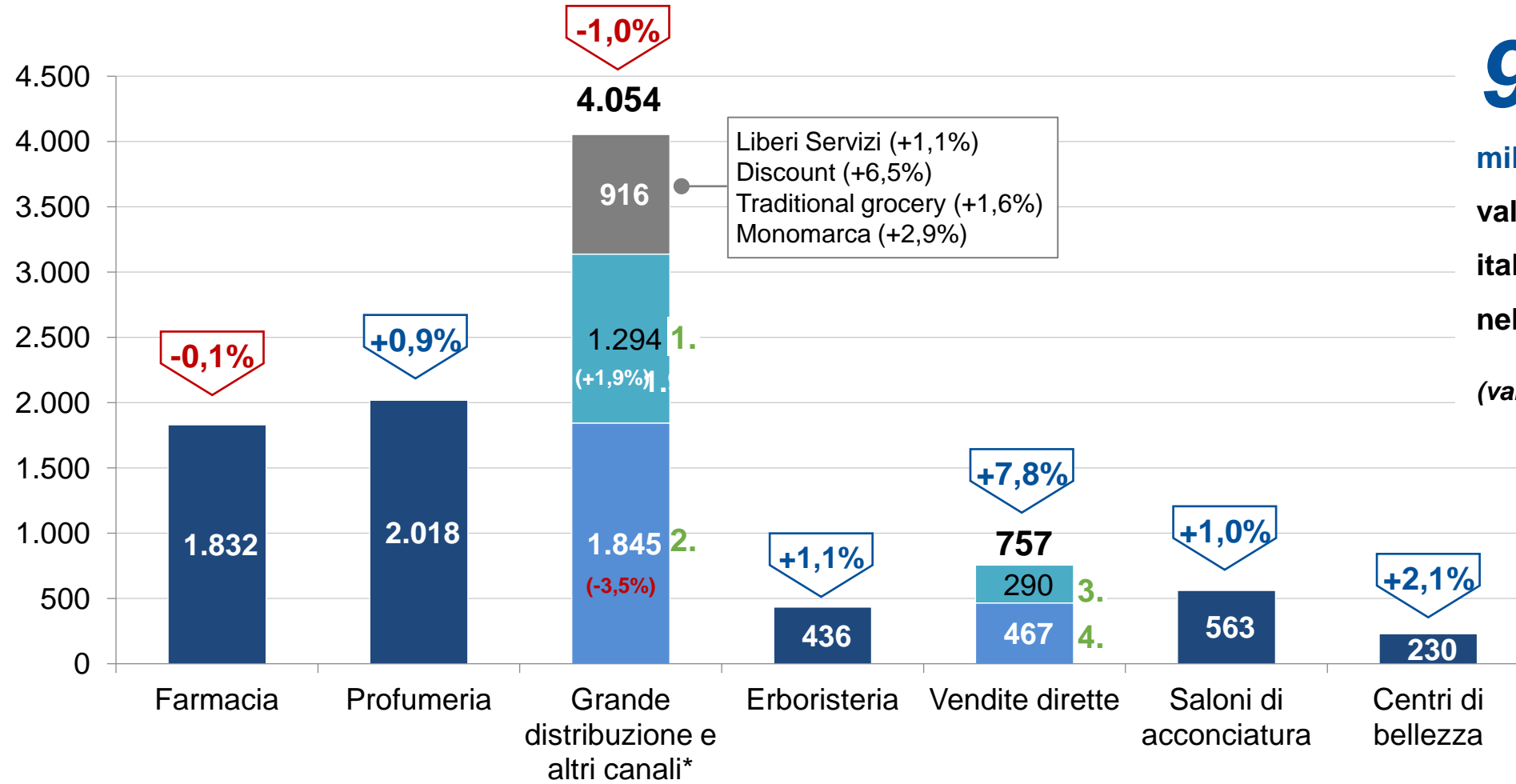
Peso % sul totale export cosmetico italiano

Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano



I **PRIMI DIECI PAESI** DI DESTINAZIONE DELL'**EXPORT** COSMETICO ITALIANO **CONCENTRANO** OLTRE IL **60%** DEL TOTALE EXPORT

# MERCATO ITALIA



# 9.890

milioni di euro

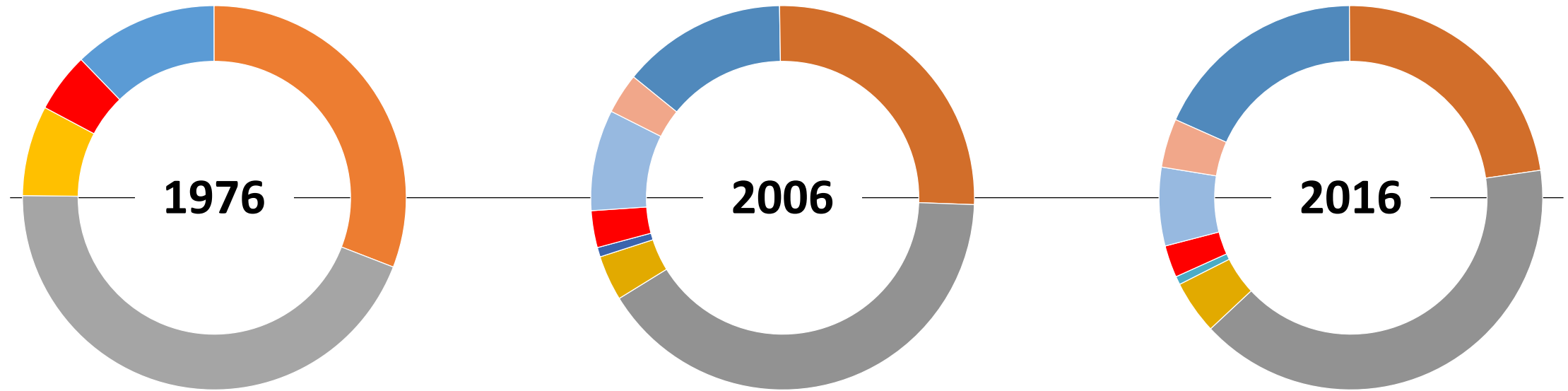
valore dei consumi  
italiani di cosmetici  
nel 2016

(var.2016-15 +0,5%)

Liberi Servizi (+1,1%)  
Discount (+6,5%)  
Traditional grocery (+1,6%)  
Monomarca (+2,9%)

- 1. Self Service Specialist Drug
- 2. Super/lper
- 3. Corrispondenza + e-commerce
- 4. Domicilio

# LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE

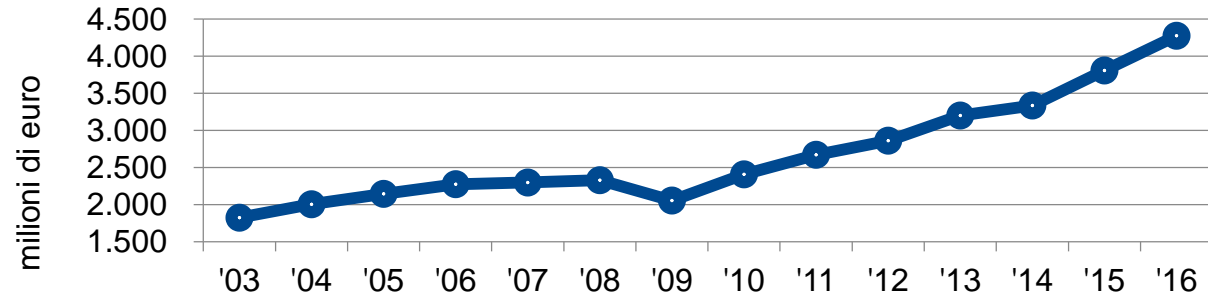


	1976	2006	2016
<span style="color: blue;">●</span> Farmacia	12,2	13,9	18,5
<span style="color: orange;">●</span> Profumeria	30,9	25,8	20,4
<span style="color: grey;">●</span> GDO e altri canali	44,3	40,6	41,0
<span style="color: yellow;">●</span> Domicilio	7,6	3,8	4,7
<span style="color: lightblue;">●</span> Corrispondenza*	/	0,8	2,9
<span style="color: red;">●</span> Saloni di bellezza	5,0	3,1	2,3
<span style="color: lightgrey;">●</span> Acconciatura	/	8,5	5,7
<span style="color: green;">●</span> Erboristeria	/	3,4	4,4

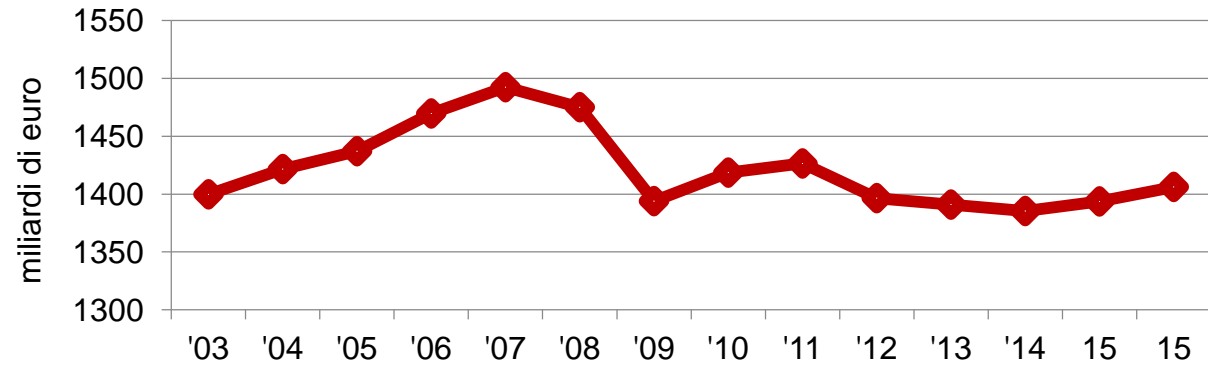
Ripartizione % sul totale mercato Italia

\* Dal 2010 comprende anche le vendite e-commerce

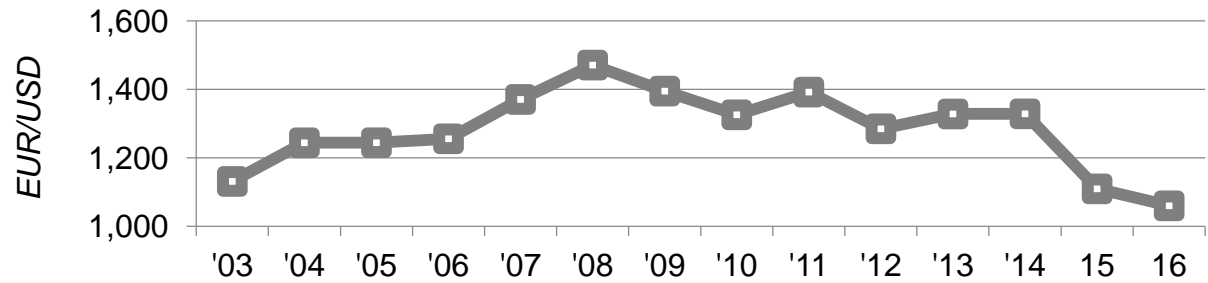
# CONFRONTO MACROECONOMICO '03-'16



Esportazioni cosmetiche italiane



PIL italiano



Tasso di cambio medio annuo EUR/USD



# LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE

Categoria	Farmacia	Profumeria	Iper-Super
VISO	<b>27,3%</b>	<b>19,9%</b>	9,3%
CORPO	<b>24,4%</b>	6,5%	18,9%
PROFUMERIA ALCOLICA	0,6%	<b>40,0%</b>	1,0%
IGIENE CORPO	14,9%	1,4%	<b>20,8%</b>
CAPELLI E CUOIO CAPELLUTO	10,1%	2,1%	<b>21,4%</b>
IGIENE BOCCA	7,9%	0,2%	16,4%
TRUCCO DEL VISO	3,1%	8,9%	1,0%
DERMICI BAMBINI	5,0%	-	5,2%
TRUCCO DEGLI OCCHI	1,6%	6,5%	1,1%
LABBRA	2,5%	4,7%	1,2%
CONFEZIONI REGALO	-	4,8%	0,2%
LINEA MASCHILE	0,6%	1,9%	2,4%
MANI	2,0%	1,5%	0,9%
COFANETTI TRUCCO	-	1,4%	-

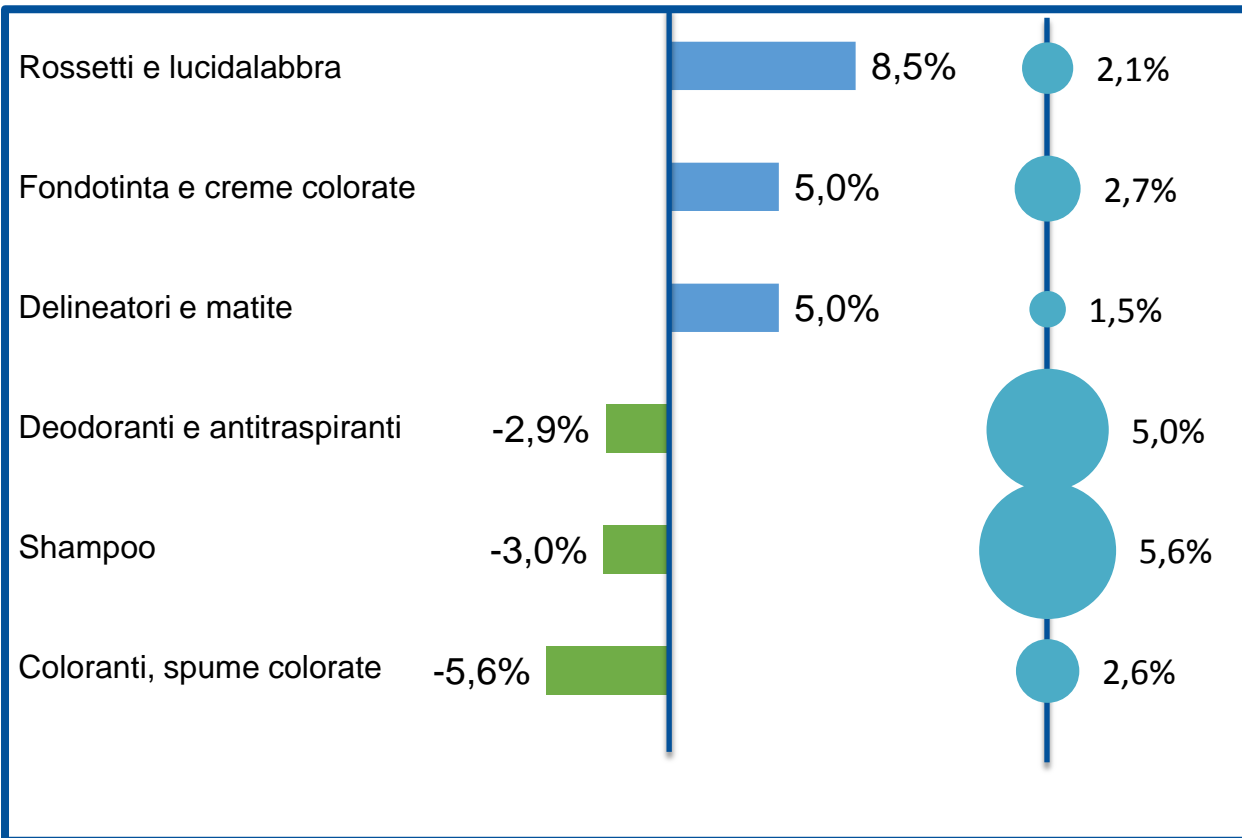
# CONSUMI 2016

## UP & DOWN

### CATEGORIE

TREND '16-'15

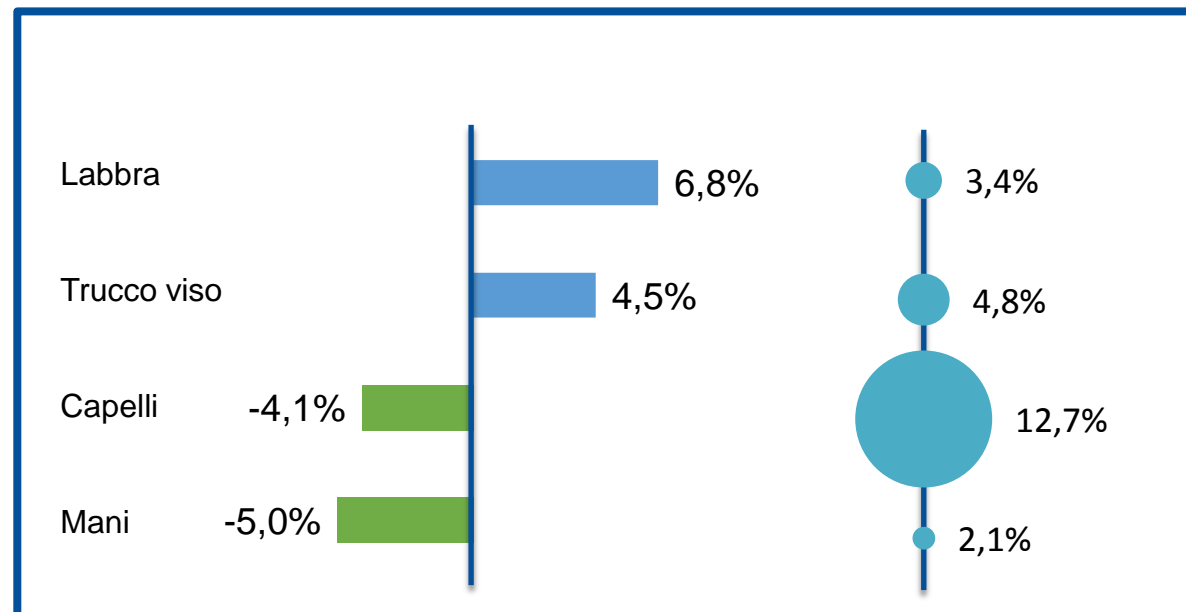
PESO % SUL TOTALE  
CONSUMI 2016



### LINEE

TREND '16-'15

PESO % SUL TOTALE  
CONSUMI 2016



# IL CENTRO STUDI DEL FUTURO

**B** BEAUTY  
**T** TREND  
**W** WATCH

Il nuovo progetto dedicato a studi e approfondimenti sui principali trend cosmetici. Ogni mese viene inviata una newsletter con veloci flash sulle ultime tendenze.

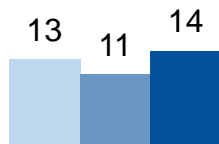


# LANCI SUL MERCATO DI COSMETICI NEL MONDO

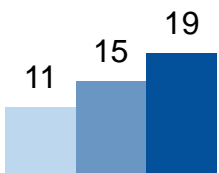
Valori in migliaia di prodotti



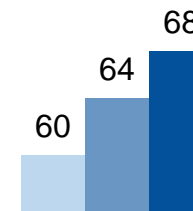
**146** mila cosmetici lanciati sul mercato nel **2016** (+16% rispetto al 2015), di cui **92** mila nuovi prodotti



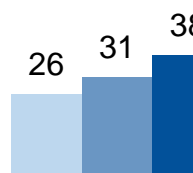
NORD AMERICA



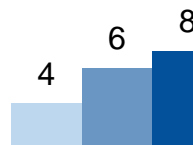
AMERICA LATINA



EUROPA



ASIA

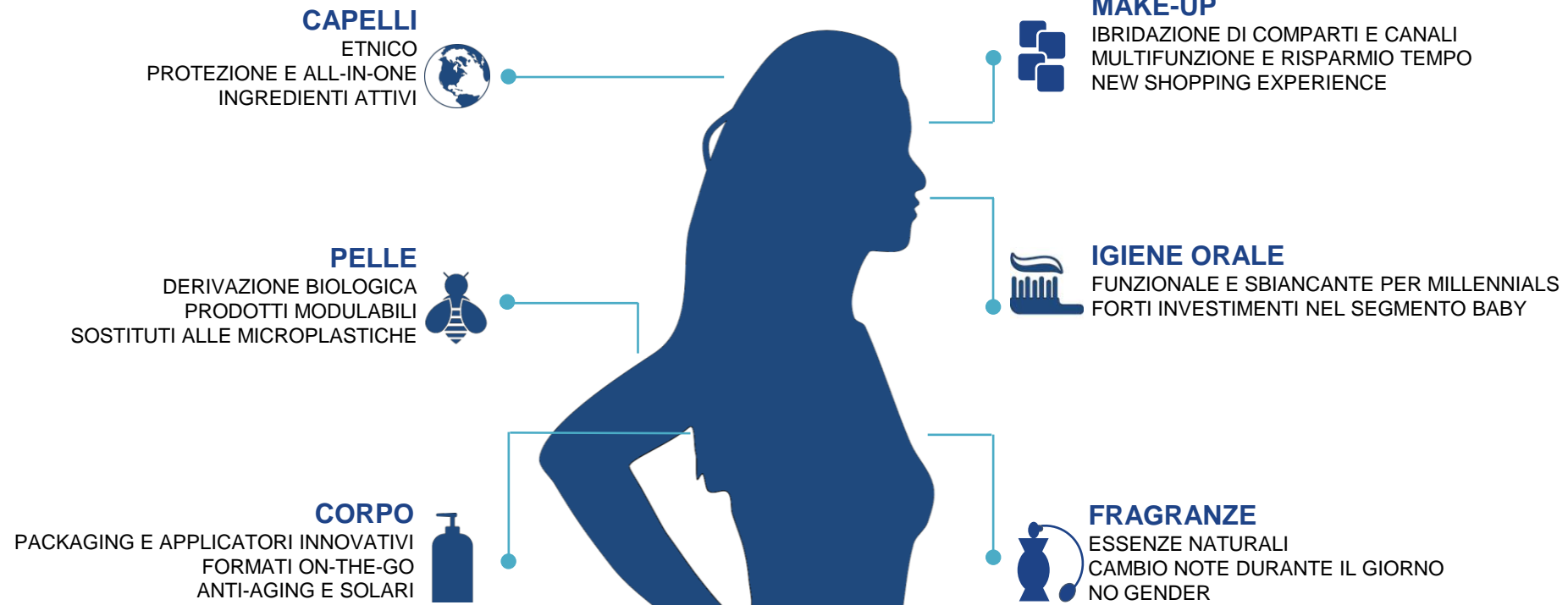


MEDIO ORIENTE E AFRICA

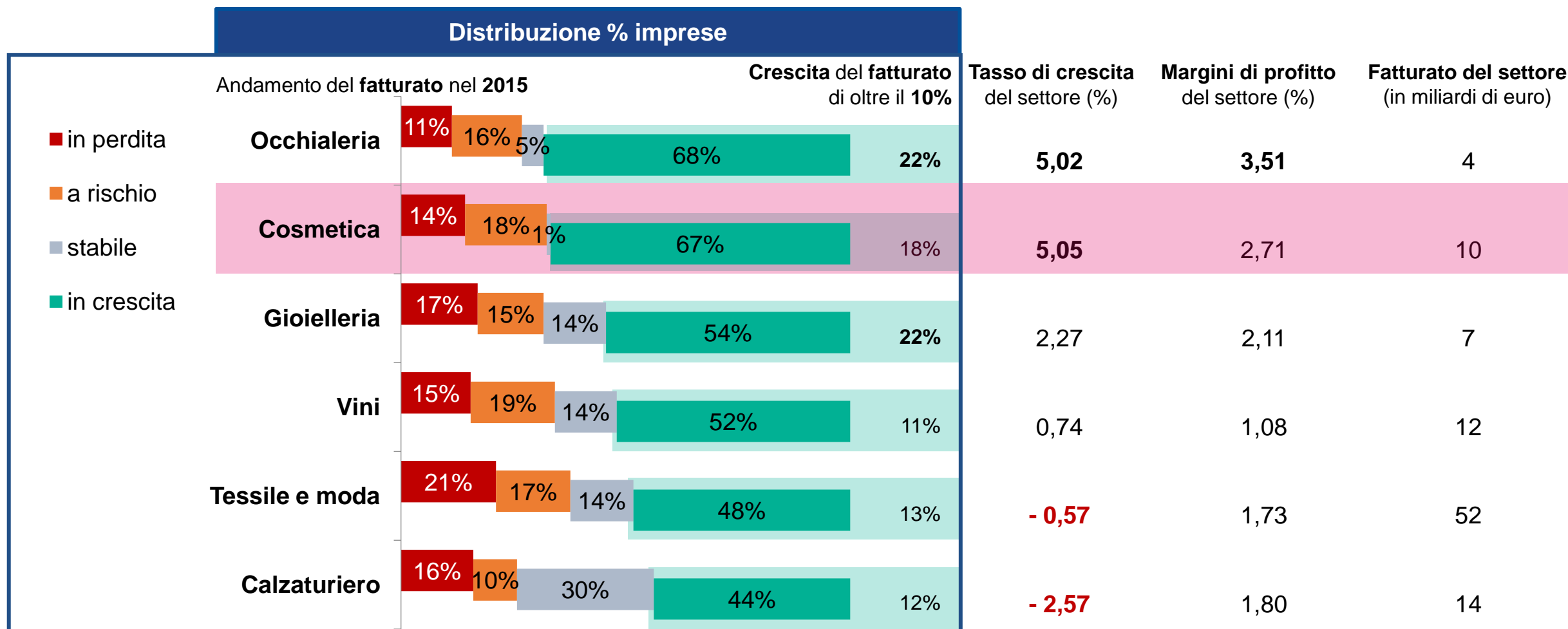
Elaborazione Centro Studi su dati 

# I TREND IN ATTO NEL MONDO

## AD OGNI CATEGORIA LA SUA EVOLUZIONE



# ANALISI INDICI DI BILANCIO: CONFRONTO CON SETTORI INDUSTRIALI CONTIGUI





# EVOLUZIONE DEI PRINCIPALI INDICATORI NELLA COSMETICA

INDICATORI	VALORE MEDIO 2015	VAR. O DIFF. PUNTI% '15-'14	VAR. O DIFF. PUNTI% '14-'13	CONFRONTO PRE E POST CRISI	VALORE MEDIO 2008	VAR. O DIFF. PUNTI% '15-'08
	<b>Fatturato</b> ( <i>migl. euro</i> )	37.511	+4,9		+1,6	
<b>EBITDA</b> ( <i>migl. euro</i> )	4.468	+8,8	+6,1		4.326	+3,3
<b>EBITDA/Fatturato</b> ( <i>indice</i> )	11,9	+0,4	+0,4		12,7	-0,8
<b>ROS - Redditività delle vendite</b> ( <i>indice</i> )	4,2	+0,3	+0,2		4,1	+0,1
<b>ROI - Redditività del capitale investito</b> ( <i>indice</i> )	4,9	+0,9	-0,6		5,1	-0,2
<b>ROE - Redditività del capitale proprio</b> ( <i>indice</i> )	8,5	+1,8	+3,2		5,6	+2,9
<b>Copertura degli immobilizzi</b> ( <i>indice</i> )	6,0	+0,3	+1,5		4,4	+1,6
<b>Costo lavoro per addetto</b> ( <i>euro</i> )	41.921	-0,9	+0,1		46.268	-9,4
<b>Retribuzione media per addetto</b> ( <i>euro</i> )	33.626	-0,2	+2,6		33.025	+1,8
<b>Ricavi pro-capite</b> ( <i>euro</i> )	371.586	-2,6	0,7		462.789	-19,7
<b>Valore aggiunto per addetto</b> ( <i>euro</i> )	82.760	+1,6	+1,8		88.146	-6,1
<b>Giorni di scorta media</b>	57	-0,3	-2,2		77	-25,4
<b>EBITDA/OF</b> ( <i>indice</i> )	4,6	+0,1	+0,1		2,4	+2,2
<b>Leverage</b> ( <i>indice</i> )	3,6	-0,1	-4,0		3,5	+0,1